Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB II

KERANGKA KONSEP

2.1 Tinjauan Karya Sejenis

Dalam hal ini program yang dijadikan sebagai refrensi yakni, Berkas Kompas milik Kompas TV, dan Indonesia Bagus milik NET TV. Khususnya dari program milik NET TV, tim mencoba untuk menerapkan konsep acara seperti dalam episode "Keindahan Alam dan Kearifan Suku Badui". Dari berbagai program acara yang dijadikan sebagai bahan referensi, setiap tayangan program menampilkan berbagai paket informasi terkini *(hard news, light news, entertainment news)* yang dibawakan dengan gaya yang khas untuk dapat dinikmati oleh audiens yang menonton.

Namun, setiap program tayangan yang dijadikan sebagai bahan referensi juga memiliki beberapa kelebihan dan kekurangannya masing – masing. Berikut link yang dapat tim sertakan dimana link ini memberikan gambaran konsep seperti apa yang akan kelompok buat untuk memenuhi syarat kelulusan;

Gambar 2.1. Berkas Kompas

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

1. Ibu Kota dan Anak Kota, dari program Berkas Kompas milik Kompas TV (https://www.youtube.com/watch?v=0ucCrHyXLmg)

Program yang dibuat oleh Kompas TV tayang setiap hari Selasa pukul 21.00 WIB ini berfokus pada tayangan *investigative reporting* dan juga *documentary*. Kami memilih episode "Ibu Kota dan Anak Kota" dikarenakan secara teknis sesuai dengan yang nantinya menjadi acuan tim untuk membuat program televisi "Benih Sanubari", akan tetapi tim juga mempertimbangkan beberapa kelebihan dan kelemahan dari program milik Kompas TV tersebut.

a. Kelebihan :

Dari segi alur sangat rapi dan cukup menarik karena episode dari program tersebut membahas mengenai keresahan warga Jakarta dimana kondisi ekonominya sangat rendah. Ada juga pun lokasi yang dipilih untuk dijadikan topik memang kota yang menjadi sorotan bagi publik bahkan bagi dunia.[3] Wawancara yang dilakukan juga mampu membuat publik semakin tertarik untuk terus mengikuti program tersebut hingga selesai karena mewawancarai narasumber yang kredibel. Selain itu, durasi dari program ini tidaklah begitu lama sehingga penonton tidak merasa akan menonton program yang panjang.

b. Kelemahan :

Kelemahan dalam program TV milik Kompas tersebut mengapa harus DKI Jakarta yang menjadi sorotan sebagai kondisi ekonomi yang rendah. Karena stasiun televisi lain pun pasti sudah banyak yang meliput perihal tersebut. Akan lebih baik

[3] *KOMPAS.com, Jakarta di Mata Warga Dunia, https://megapolitan.kompas.com/read/2015/01/12/14000091/Jakarta.di.Mata.Warga.Dunia, 25 Juni 2018, pukul 14:42 WIB*

jika kota atau daerah lain yang sebelumnya belum pernah terfokus diberikan fokus, agar penonton dapat mengetahui daerah-daerah lainnya dengan kondisi ekonomi yang sama

2. Keindahan Alam dan Kearifan Suku Badui, program Indonesia Bagus, milik NET TV (https://youtu.be/O9tLEJCalxg)

Gambar 2.2. Indonesia Bagus NET.TV

Indonesia Bagus merupakan sebuah program dokumenter milik NET TV, berfokus pada keindahan alam dan kehidupan berbudaya yang ada di setiap daerah di Indonesia. Program ini juga menampilkan penduduk asli daerah tersebut sebagai narrator sekaligus pembawa cerita. Indonesia Bagus berdurasi selama 30 menit dan tayang setiap hari Sabtu dan Minggu.

a. Kelebihan :

Program ini memiliki ciri khas yang kuat dengan menggunakan penduduk daerah asli menjadi narator atau pembawa cerita di setiap episodenya, hal inilah yang kami anggap sangat menarik dan belum ada program lain yang memanfaatkan penduduk asli untuk membawakan cerita yang ada di daerahnya.

b. Kelemahan :

Akan menjadi kesulitan tersendiri jika penduduk asli ataupun tim tidak dapat berkomunikasi dengan baik. Jikalau penduduk asli hanya bisa menggunakan bahasa daerah untuk berkomunikasi, maka akan menjadi tantangan tersendiri bagi tim untuk memahami apa yang ingin mereka sampaikan, begitu juga penduduk daerah yang jarang atau tidak pernah sama sekali berkomunikasi dengan menggunakan bahasa Indonesia secara baku dan sering.

Maka dari itu, kami memutuskan untuk mencoba mencari jalan keluar kekurangan dari program Berkas Kompas dan Indonesia Bagus dengan membuat alur yang sedikit berbeda untuk setiap segmen dalam satu episode. Mengenai fokus utama dari tim Benih Sanubari akan fokus pada satu daerah dengan maksud ingin mendalaminya dan agar tim kaya akan informasi.

2.2 Teori atau Konsep-Konsep Yang Digunakan

2.2.1 Komunikasi Massa

Dalam Istilah komunikasi massa mulai digunakan pada akhir tahun 1930-an. Menurut Janowitz, 1968 bahwa komunikasi massa merupakan lembaga dan teknik dari kelompok tertentu yang menggunakan alat teknologi seperti radio, televisi, film, pers, dan sebagainya. Ciri utama dalam komunikasi massa yaitu mereka dirancang untuk menjangkau banyak orang. Komunikasi massa pada mulanya lebih merupakan sebuah ide daripada realitas. Tolok ukur kekuatan sosial adalah efek yang muncul akibat pengaruh media terhadap masyarakat. Efek tersebut meliputi efek kehadiran

media massa dan efek pesan. Penelitian ini lebih menekankan pada efek pesan yang meliputi:

1. Efek Kognitif

Efek kognitif adalah akibat yang timbul pada diri komunikan (yang menerima pesan) yang sifatnya informatif bagi dirinya. Efek ini membahas bagaimana media massa dapat membantu khalayak dalam mempelajari informasi yang bermanfaat dan mengembangkan ketrampilan kognitifnya.

2. Efek Afektif

Efek afektif adalah efek yang bertujuan mempengaruhi khalayak untuk turut merasakan iba, terharu, sedih, gembira, marah, dan sebagainya. Faktor yang mendukung efek ini antara lain suasana emosional, skema kognitif, suasana terpaan, predisposisi individual, serta faktor identifikasi.

3. Efek Behavioral

Efek behavioral adalah akibat yang timbul pada diri khalayak dalam bentuk perilaku, tindakan, atau kegiatan. Efek ini mencoba mengungkapkan tentang efek komunikasi massa pada perilaku, tindakan, dan gerakan khalayak yang tampak dalam kehidupan sehari-hari. Belajar dari media massa tidak bergantung hanya pada unsur stimulus yang ada pada media massa saja. Kita memerlukan teori untuk menjelaskan peristiwa yang terdapat dalam media massa. Banyak teori untuk mempelajari hal tersebut, namun, teori yang sesuai untuk penelitian ini adalah teori pembelajaran sosial dan teori kultivasi.

Harold D. Lasswell, memformulasikan unsur-unsur komunikasi dalam bentuk pertanyaan sebagai berikut ”Who Says What in Which Channelto Whom With What Effect?”

1. Unsur who (sumber atau komunikator). Siapakah komunikatornya?
2. Unsur says what (pesan). Pesan apa yang dinyatakannya?
3. Unsur in which channel (saluran atau media). Media apa yang digunakan?
4. Unsur to whom (penerima; khalayak; audien). Siapa komunikannya ?
5. Unsur with what effect (dampak). Efek apa yang diharapkan ?

2.2.2 Teori *Uses and Gratifications*

Maslow, 1970 mengungkapkan bahwa teori Kegunaan dan Gratifikasi merupakan perluasan dari teori kebutuhan dan motivasi. Dimana sebelumnya, Abraham Maslow menyatakan bahwa seseorang selalu berusaha untuk aktif memenuhi hirarki kebutuhannya. Setelah manusia telah memperoleh tujuan yang dicari pada satu tingkat hirarki, maka mereka dapat melanjutkan hidup ke tahap selanjutnya.

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

Gambar 2.3 Hierarki Kebutuhan Maslow

Dari penelitian Kegunaan dan Gratifikasi dimulai ketika para peneliti mulai menciptakan sebuah tipologi untuk khalayak yang mewakili semua alasan yang dimiliki orang untuk menggunakan media. Penemuan Alan Rubin, 1981 menemukan bahwa motivasi menggunakan media seperti televisi dikelompokkan menjadi beberapa kategori, antara lain; untuk melewatkan waktu, menemani, kesenangan, pelarian, kenikmatan, interaksi sosial, relaksasi, informasi, dan untuk muatan tertentu.

Istilah khalayak aktif menurut Mark Levy dan Sven Windahl, 1985 menuju kepada orientasi sukarela dan selektif oleh khayalak terhadap proses komunikasi. Dengan demikian, hal ini menyatakan bahwa penggunaan media dimotivasi oleh kebutuhan dan tujuan yang didefinisikan oleh khalayak itu sendiri.

Ada beberapa asumsi kegunaan dan gratifikasi secara jelas dinyatakan oleh para pencetus, salah satunya Katz, Blumler, & Gurevitch (1974). Ada lima asumsi dasar, diantaranya; khalayak aktif dan penggunaan medianya berorientasi pada tujuan, inisiatif dalam menghubungkan kepuasan kebutuhan pada pilihan media tertentu,

media berkompetisi dengan sumber lainnya untuk kepuasan kebutuhan, penilaian mengenai nilai isi media hanya dapat dinilai oleh khalayak, dan orang mempunyai cukup kesadaran diri akan penggunaan media mereka, minat, dan motif.

Asumsi teori tersebut mengenai khalayak aktif dan penggunaan media, anggota khalayak berusaha untuk menyelesaikan tujuannya melalui media. Sebelumnya McQuail dan koleganya (1972) menekankan bahwa mengidentifikasi beberapa cara untuk mengklasifikasikan kebutuhan dan kepuasan khalayak.

Maksudnya, klasifikasi tersebut mencakup pengalihan yang dapat didefinisikan sebagai keluar dari rutinitas atau masalah sehari-hari, hubungan personal terjadi saat seseorang menggunakan media sebagai ganti temannya, maksudnya sekarang ini banyak sekali sosial media yang digunakan oleh masyarakat untuk digantikan sebagai 'teman' dikala sedang sendiri. Identitas personal merupakan cara untuk menekankan nilai-nilai individu, dan pengawasan atau informasi mengenai bagaimana media akan membantu individu mencapai sesuatu.

2.2.3 Bahasa Daerah

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) bahasa merupakan sebuah sistem lambang bunyi yang arbiter, yang digunakan oleh anggota suatu masyarakat untuk bekerja sama, berinteraksi dan mengidentifikasi diri. Sementara definisi daerah menurut KBBI, daerah adalah bagian permukaan bumi dalam kaitannya dengan keadaan alam dan sebagainya yang khusus. Daerah juga dapat didefinisikan sebagai sebuah tempat dalam satu lingkungan yang sama keadaannya.

Jika dirampung menjadi satu definisi yang utuh, definisi dari bahasa daerah adalah sebuah bahasa atau dialek yang digunakan dalam suatu daerah atau wilayah negara pada sebuah regional yang relatif kecil jika dibandingkan dengan negara itu

sendiri. Bahasa daerah juga bisa didefinisikan sebagai sebuah bahasa yang berbeda dari bahasa resmi suatu negara dan dipergunakan oleh sebagian warga negara tersebut. Bahasa daerah seringkali disebut dengan bahasa tradisional, bahasa ibu, atau bahasa etnik.

2.2.4 Kearifan Lokal

Haryati Soebadio menjelaskan bahwa kearifan lokal merupakan sebuah identitas atau kepribadian dari suatu budaya bangsa yang menyebabkan bangsa tersebut mampu menyerap dan mengolah kebudayaan asing sesuai dengan watak dan kemampuan dari bangsa budaya itu sendiri. Dalam pemahamannya, kearifan lokal memiliki konsep – konsep penting, yakni :

1. Kearifan lokal merupakan sebuah pengalaman panjang, yang diendapkan sebagai petunjuk perilaku seseorang
2. Kearifan lokal tidak lepas dari lingkungan pemiliknya
3. Kearifan lokal bersifat dinamis, lentur, terbuka, dan senantiasa menyesuaikan dengan zamannya

Selain konsep, kearifan lokal juga memiliki ruang lingkup tersendiri. Ruang lingkup kearifan lokal merupakan sebuah fenomena yang luas dan komprehensif. Cakupan wilayah dari kearifan lokal sendiri cukup bervariatif dan beragam sehingga terkadang sulit untuk dibatasi oleh ruang. Kearifan lokal lebih menekankan pada tempat atau wilayah dan lokalitas dari kearifan tersebut sehingga tidak harus merupakan sebuah kearifan yang telah diwariskan dari satu generasi ke generasi berikutnya. Kearifan lokal juga bisa merupakan kearifan yang belum lama muncul dalam suatu komunitas sebagai hasil dari interaksinya dengan lingkungan alam dan interaksinya dengan masyarakat serta budaya lain